



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas
Faculdade de Administração e Ciências Contábeis
Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de
Informação



BARBARA SILVIA MACIEL DOMINGUES

A OCORRÊNCIA DA ESCALA SERVQUAL EM ARTIGOS BRASILEIROS E SUL-AMERICANOS NA ÁREA DA BIBLIOTECONOMIA: um estudo comparativo

Rio de Janeiro
2013

BARBARA SILVIA MACIEL DOMINGUES

A OCORRÊNCIA DA ESCALA SERVQUAL EM ARTIGOS BRASILEIROS E SUL-AMERICANOS NA ÁREA DA BIBLIOTECONOMIA: um estudo comparativo

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de
Biblioteconomia e Gestão de Unidades
de Informação (CBG/FACC), da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Frederico Antonio A. de Carvalho

Rio de Janeiro
2013

D671

Domingues, Barbara Silvia Maciel

A ocorrência da escala SERVQUAL em artigos
brasileiros e sul- americanos na área da Biblioteconomia:
um estudo comparativo /

Barbara Silvia Maciel Domingues; Rio de Janeiro, 2013

42 f.; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso – Curso de
Biblioteconomia e Gestão de Unidades de
Informação da UFRJ.

Orientador: Frederico Antonio A. de Carvalho

1. Qualidade em serviços. 2. Biblioteconomia. 3. SERVQUAL I.
Carvalho, Frederico Antonio A. de. II. Título.

027.7:65.0118(04)

BARBARA SILVIA MACIEL DOMINGUES

A OCORRÊNCIA DA ESCALA SERVQUAL EM ARTIGOS BRASILEIROS E SUL-AMERICANOS NA ÁREA DA BIBLIOTECONOMIA: um estudo comparativo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação (CBG/FACC), da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Biblioteconomia.

BANCA EXAMINADORA:

Aprovado em:

Prof. Frederico Antonio Azevedo de Carvalho
D.Sc. Sciences Économiques – UCL
Orientador

Prof.^a Mariza Russo
D.Sc. Engenharia de Produção – COPPE/UFRJ
Professor Convidado

Prof.^a Maria José Veloso da Costa Santos
M.Sc. Ciência da Informação – IBICT
Professor Convidado

Prof. Valdecy Faria Leite
D.Sc. Administração - UFRJ
Professor Convidado

*Dedico este trabalho à minha avó Raquel,
pelo exemplo de vida e sabedoria que me ensinaram
a ser quem sou hoje.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus e à minha fé, que sempre me guiaram nos momentos importantes e decisivos da minha vida ;

Aos meus pais Lidia e Douglas, por todo amor, cuidado, carinho e incentivo que fizeram com que eu me tornasse quem sou;

À minha irmã Thayanne, pelos momentos engraçados e de amizade que sempre me acompanham;

Aos meus amados avós Raquel, Dauto e Nilda, pelos exemplos de vida que foram e imenso amor que sempre levarei comigo ;

À minha querida tia e madrinha Miria, pelo carinho de sempre e dedicação ao planejar e cuidar da minha festa de formatura;

Aos meus queridos tios e tias, Zaira, Newton, Ricardo, Bil, Neri e Jorge por terem feito parte da minha vida e pelo incentivo em estudar sempre;

Ao meu orientador, professor Frederico, que me ajudou a tornar possível este trabalho com seus ensinamentos e orientações;

À Banca Examinadora, por terem disponibilizado seu tempo em suas agendas lotadas para avaliarem e estarem presentes na apresentação do meu trabalho;

À Barbara Vitiello, Henrique Siqueira e Leandro Borges por todos os momentos que passamos durante esses anos de graduação. Agradeço pela amizade, festas, brigas e trabalhos em grupo que farão com que eu sempre me lembre com carinho dessa fase de minha vida;

À Biblioteca Marinf (CT/UFRJ), Biblioteca do Centro de Ciências da Saúde (CCS/UFRJ) e a Petrobras Distribuidora por todas as experiências que pude vivenciar durante esses anos de estágio e pelo aprendizado que levo comigo;

À Mônica, minha atual supervisora, por ter me ajudado durante a elaboração deste trabalho e pelas palavras de incentivo nos momentos de dificuldade;

RESUMO

DOMINGUES, B.S.M. **A ocorrência da escala SERVQUAL em artigos brasileiros e sul-americanos na área da Biblioteconomia** :um estudo comparativo. 2013. 39.f.. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

Serviços são processos experimentados e podem ser considerados como atuações que ocorrem de forma simultânea entre o prestador de serviços e o cliente. Na área da Biblioteconomia, se a qualidade deve estar entre os as prioridades gerenciais, os profissionais bibliotecários precisam conhecer bem as expectativas dos clientes e assegurar valor para os usuários. Na chamada sociedade da informação, são requeridas desses profissionais novas habilidades para enfrentar um volume informacional crescente, que necessita ser adequadamente manuseado, recuperado, catalogado e disseminado. Nesse contexto, a avaliação da qualidade de serviços se torna um instrumento valioso para obter conhecimento sobre o tipo de serviço oferecido pela unidade de informação e se ele corresponde à expectativa do usuário. A chamada escala SERVQUAL para avaliação de serviços também vem sendo tema recorrente em produções acadêmicas e artigos científicos sobre qualidade. Essa escala parte dos atributos que descrevem e definem as características de um serviço e solicita, então, a uma amostra de usuários que expressem suas expectativas e percepções sobre o serviço baseando-se nos atributos selecionados. O presente estudo tem como objetivo analisar e comparar aplicações da escala SERVQUAL tal como aparecem em artigos brasileiros e sul-americanos selecionados, todos tratando da prestação de serviços no âmbito da Biblioteconomia. Apresenta-se os resultados da pesquisa com as devidas percentagens que demonstraram como a abordagem do serviço se torna complexa e desafiadora, sendo considerada uma *performance* e recomendações futuras para diálogos por parte dos bibliotecários com profissionais da área de gestão da qualidade, visando um ambiente interdisciplinar com um conhecimento aprofundado sobre a avaliação dos serviços.

PALAVRAS-CHAVE: Biblioteconomia. Avaliação dos serviços. Qualidade em serviços. Marketing de serviços. SERVQUAL.

ABSTRACT

DOMINGUES, B.S.M. A ocorrência da escala SERVQUAL em artigos brasileiros e sul-americanos na área da Biblioteconomia : um estudo comparativo. 2013. 39.f.. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2013.

Services are experienced processes and may be considered as actuations that occur simultaneously between server and customer. In what concerns Library Management quality must be among the priorities for professional librarians, so as to achieve a better knowledge of customers' expectations and to create value for patrons. In the so-called Information Society new skills have been challenging library professionals, as well as a growing amount of information that needs to be adequately handled, retrieved, catalogued and disseminated. In such a context, service evaluation becomes a required managerial tool for obtaining knowledge about how library services are been provided by information units, and about whether it meets users' expectations. Service quality has been growing as an important topic in academic publishing and scientific articles in the Library and Information Science field. A recurrent investigative method is the SERVQUAL model for service quality evaluation. The model starts from some attributes deemed to describe and define service characteristics and proceeds to interview customers – either current or potential – on the basis of their expectations and perceptions about previously selected attributes. The research reported here intends to analyze SERVQUAL applications appearing in selected Brazilian and South American papers dealing with library services. Will be presented the results of research with the appropriate percentages that demonstrated how to approach the service becomes complex and challenging, and is considered a performance and recommendations for future dialogue on the part of librarians with professionals in quality management, aiming at an interdisciplinary environment with depth knowledge about the evaluation of services.

KEYWORDS: Library services. Service quality. Service evaluation. Services Marketing. SERVQUAL.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 JUSTIFICATIVA	11
3 OBJETIVOS	13
3.1 Objetivo geral	13
3.2 Objetivo específico	13
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
4.1 Marketing de serviços	15
4.2 Avaliação da qualidade de serviços	16
4.3 A Escala SERVQUAL	18
5 METODOLOGIA	21
6 RESULTADOS	23
6.1 Dados demográficos	23
6.1.1 Periódico e Ano de publicação	23
6.1.2 Número de autores e Formação	24
6.1.3 Instituição	25
6.1.4 Tipologia da biblioteca	26
6.2 Tipo e tamanho da amostra	26
6.3 Versão do questionário, número de atributos e como obteve os atributos	28
6.4 Gaps avaliados, natureza das perguntas e aplicação do questionário	29
6.5 Perguntas, identificação e validação de dimensões e atributos	30
6.6 Tabulação ,Gráficos e Importância das dimensões e dos atributos	32
6.7 Avaliação global (nota final) e comentários gerenciais	34
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com a questão da qualidade deve ser tratada com prioridade por todo profissional que lide com serviços e produtos. Incorporar a qualidade à visão do negócio é o primeiro passo para manter o cliente no atual ambiente competitivo.

Atualmente os modelos aplicados à gestão da qualidade de serviços estão focados em identificar expectativas e percepções dos clientes, pois conhecê-las facilita enfrentar a questão da qualidade.

A escala SERVQUAL é uma ferramenta utilizada para medir o desempenho dos serviços prestados pela organização; no caso que interessa aqui, a biblioteca. Partindo de uma abordagem empírica, os autores do modelo descobriram cinco dimensões da qualidade - Tangibilidade, Confiabilidade, Presteza, Segurança e Empatia – que podem ser determinadas para cada setor a ser avaliado.

Vale, ainda, destacar que a escala SERVQUAL pode ser apontada como inspiração primordial para a construção, validação e aplicação da agora consagrada metodologia LIBQUAL, uma iniciativa da *Association of Research Libraries*, hoje adotada como ferramenta amplamente difundida para gestão de qualidade em bibliotecas em diversos países.

(...) uma iniciativa da Association of Research Libraries (ARL), tem se mostrado bastante adequada, tendo em vista a avaliação da qualidade das bibliotecas ,considerando o ponto de vista de seus clientes: a metodologia LibQUAL+® (onde Lib, de library e QUAL, de quality). Porém, muito embora já conte com doze anos de aplicação em bibliotecas acadêmicas de vários países ainda não se tem registro de experiências no Brasil. (BRITO; VERGUEIRO, 2012, p.6).

O presente trabalho tem como objetivo investigar as aplicações da escala SERVQUAL destinadas a medir como os clientes avaliam a qualidade do serviço em bibliotecas. Foram selecionados, em periódicos científicos brasileiros e sul-americanos, oito artigos que aplicaram o modelo em bibliotecas e unidades de informação. A grade de análise foi definida com base na literatura resenhada e permitiu analisar diversos aspectos da aplicação, tais como o tipo de unidade em que o SERVQUAL foi implantado, a versão utilizada e os instrumentos para a coleta dos dados, entre outros.

2 JUSTIFICATIVA

Os modelos atuais de qualidade colocam em foco a identificação das expectativas dos clientes, pois conhecê-las significa viabilizar e facilitar a gestão da qualidade dos serviços. Segundo o princípio da desconfirmação das expectativas (LEITE, 1996), é necessário que haja comparações entre a expectativa e o serviço percebido para concretizar a avaliação da qualidade.

No âmbito da Biblioteconomia, a qualidade dos serviços oferecidos pelas Unidades de Informação são temas frequentes em trabalhos e artigos científicos, que buscam resultados “práticos” possibilitados pelo método experimental e investigativo.

Não há como separar serviço e fornecedor porque a produção e o consumo andam juntos durante a prestação. De fato:

como serviços são uma série de processos cuja produção e consumo não podem ser separados, e nos quais muitas vezes o cliente participa do processo de produção, seguramente serão percebidos como extremamente complexos. (...) para desenvolver modelos de gerenciamento e marketing de serviços, é importante entender o que os clientes estão procurando e o que avaliam. (GRONROOS, 2009, p.64).

Sendo assim, as unidades de informação devem preocupar-se em conhecer a forma pela qual seus serviços e produtos estão sendo oferecidos aos usuários, se estão adequados às expectativas e se recebem percepções positivas. Para isso os bibliotecários devem adotar um método sistemático e adequado ao investigarem e avaliarem a qualidade dos seus serviços.

Para Lancaster (2004), os profissionais possuem diversas razões para empreender avaliações dos serviços que oferecem:

- a) estabelecer uma “escala” para mostrar em qual nível de desempenho o serviço está funcionando em dado momento;
- b) comparar esse desempenho com outras bibliotecas ou serviços para criar um padrão idêntico de avaliação;
- c) justificar sua existência (“seu emprego”);

d) avaliar e identificar as possíveis causas de insucesso ou ineficiência do serviço, visando elevar o nível de desempenho imediato ou futuro.

Levando em consideração a importância da qualidade e a complexidade que envolve a análise dos serviços, o presente trabalho apresenta uma revisão de literatura sobre o modelo SERVQUAL e o marketing de serviços para fundamentar a análise e valorizar as aplicações propostas em artigos selecionados no âmbito da gestão de bibliotecas.

3 OBJETIVOS

Este trabalho tem como objetivo analisar aplicações do modelo SERVQUAL tal como aparecem em uma amostra de artigos, indicando, também, a utilidade desse modelo na avaliação de serviços no âmbito da Biblioteconomia.

3.1 Objetivo geral

Verificar a aplicação da escala SERVQUAL para avaliação de serviços em artigos científicos brasileiros e sul-americanos da área da gestão de unidades de informação.

3.2 Objetivos específicos

- a) Distinguir, nos artigos amostrados, a utilização da versão do SERVQUAL de 1985, 1988 e a chamada “versão mínima” de 1994;
- b) Investigar a adaptação da escala SERVQUAL aos serviços de bibliotecas, proposta nos artigos selecionados;
- c) Identificar os instrumentos utilizados nos artigos para a coleta de dados, destacando a verificação das cinco dimensões oriundas do SERVQUAL.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para a elaboração deste trabalho de conclusão de curso, são descritos e contextualizados alguns artigos científicos e autores que investigam a área de serviços em bibliotecas, especialmente os métodos adequados à avaliação da qualidade.

Há diversas razões que levam os bibliotecários a observar e investir na qualidade dos serviços prestados, tanto quanto a avaliá-los. Sendo a informação o principal ativo para esses profissionais, cresce a importância de atividades tais como a disseminação e o compartilhamento instantâneos. A partir desse desafio contínuo impõe-se a necessidade por parte dos profissionais em avaliar os serviços que a unidade de informação oferece, com foco nas necessidades dos clientes, mais precisamente, nas suas expectativas.

Os produtos da biblioteca, isto é, os serviços oferecidos, são menos tangíveis do que os insumos, mas muito mais do que resultados. Os produtos são facilmente quantificáveis - por exemplo, número de documentos fornecidos, de encaminhamentos feitos, de buscas bibliográficas, de perguntas respondidas mas isso não basta. Ao contrário dos insumos, os produtos podem e devem ser avaliados em termos qualitativos. Assim, deveriam ser identificados critérios qualitativos de sucesso para cada serviço fornecido (LANCASTER, 2004, p.9).

Observando esta premissa, o autor pode limitar-se às avaliações qualitativas. Uma das virtudes do SERVQUAL é proporcionar um caminho relativamente acessível para complementar aquelas análises com um abordagem quantitativa, comprometida com a comparação entre sucesso e insucesso, entre níveis altos e baixos de qualidade e com a identificação de medidas gerenciais de correção e melhoria dos serviços (LEITE, 1996).

Na chamada Sociedade da Informação, a biblioteca e os centros locais de informação se defrontam com um leque de novas funções e habilidades, focalizadas na informação como prioridade. Na área de bibliotecas, qualidade é filosofia básica e requisito da profissão de bibliotecário (BRITO; VERGUEIRO, 2010). É necessário que a qualidade seja a diretriz quando o bibliotecário manuseia, registra e compartilha esse novo volume de informações, qualquer que seja seu suporte.

4.1 Marketing de serviços

As promessas feitas ao cliente e suas expectativas são assuntos frequentes no âmbito do marketing e da qualidade dos serviços. Abordar a qualidade sem esclarecer como é percebida pelos clientes e como pode ser melhorada prejudica o objetivo do gestor de serviços. Na literatura sobre serviços, nota-se que a qualidade de um serviço em particular é *aquilo que o cliente percebe que ela seja* (GRONROOS, 2009). Assim entendido, o conceito desloca o foco da análise da qualidade técnica, interna às unidades prestadoras e relacionada a padrões técnicos de desempenho, para a qualidade percebida, centrada no cliente e objeto da mensuração proposta pelo SERVQUAL.

Os serviços são intangíveis e ocorrem simultaneamente com a produção, ou seja, produção e consumo de serviços são inseparáveis. Assim, a qualidade em serviços depende da interação entre prestador de serviços e cliente. Veiga e Matos (2000) afirmam que os consumidores estão sempre onde os serviços são produzidos, observando e avaliando o processo enquanto experimentam o serviço.

É compatível com nossa simples e ampla definição aquela que afirma que os serviços incluem todas as atividades econômicas cujo produto não é uma construção ou produto físico, é geralmente consumido no momento em que é produzido e proporciona valor agregado em formas (como conveniência, entretenimento, oportunidade, conforto ou saúde) que são essencialmente intangíveis, do seu comprador direto. (ZEITHAML, 2003, p. 28).

Os profissionais da informação devem ter ciência de que a abordagem dos serviços é mais complexa devido ao fato de que a produção e o consumo ocorrem de forma simultânea. Os serviços podem ser considerados como atuações que envolvem a interação entre o cliente e o fornecedor de serviço.

Zeithaml e Bitner (2003, p.38) afirmam que “ *o triângulo do marketing de serviços mostra três grupos interconectados que trabalham juntos para o desenvolvimento, a promoção e a execução dos serviços.*”. Assim sendo, esse triângulo contribui para o sucesso na execução dos serviços e envolve três tipos de marketing: o interno, o externo e o interativo (diretamente ligado à manutenção das promessas feitas ao cliente).

Figura 1- O triângulo do marketing de serviços

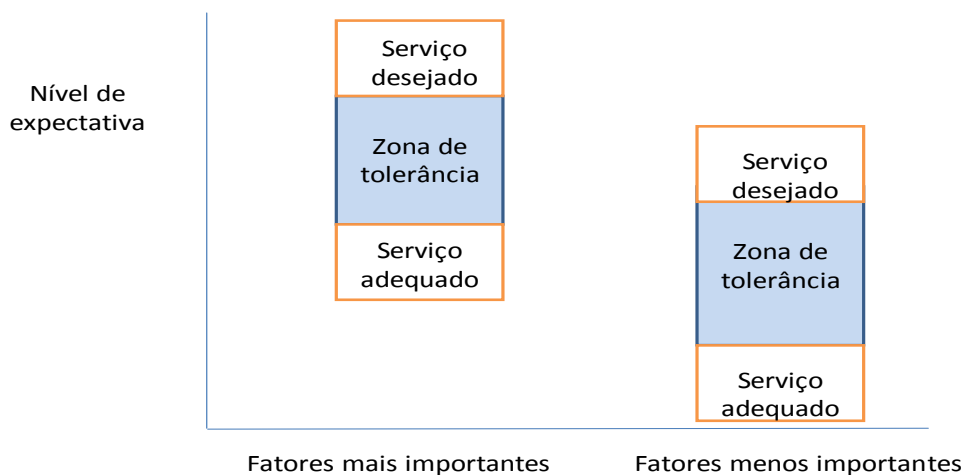


Fonte: ZEITHAML; BITNER (2003)

4.2 Avaliação da qualidade de serviços

Serviços são processos experimentados mais ou menos subjetivamente, nos quais as atividades de produção e consumo ocorrem ao mesmo tempo (GRONROOS, 2009). Durante a execução do serviço ocorrem diversas interações entre fornecedor e usuário e é nesse momento que ocorre a percepção do serviço. Segundo Ganesi e Corrêa (1994), quando as expectativas do cliente são mais exigentes do que seriam suas necessidades, a avaliação será baseada nas expectativas.

Figura 2- Zona de tolerância para diferentes dimensões de serviços



Fonte: Adaptado de PARASURAMAN; BERRY; ZEITHAML (1991).

Existem várias razões possíveis para que os administradores de bibliotecas queiram fazer uma avaliação dos serviços oferecidos. Uma delas é simplesmente estabelecer uma espécie de “escala” para mostrar em que nível de desempenho o serviço está funcionando no momento. Se depois disso forem introduzidas mudanças nos serviços, seus efeitos poderão então ser medidos em comparação com a marca anteriormente estabelecida (LANCASTER, 2004, p.8).

As unidades de informação devem encarar a avaliação da qualidade do serviço como uma alternativa valiosa para obter vantagem competitiva e sucesso organizacional. Lancaster (2004) sugere que a avaliação é um elemento essencial da administração bem sucedida em qualquer empreendimento.

Cabe aos bibliotecários conhecer e implantar métodos capazes de avaliar qualidade dos serviços oferecidos pelas unidades de informação, confrontando expectativas e percepções do usuário.

4.3 A Escala SERVQUAL

Segundo o conceito de qualidade percebida, é claro que a percepção dos clientes deve – de forma imprescindível - ser avaliada. O modo mais eficaz de realizar essa avaliação seria medir a satisfação dos clientes decorrente da qualidade percebida por eles no momento da interação fornecedor/produção/serviço. No entanto, a mensuração da satisfação é ainda mais complexa do que a da qualidade percebida, cuja avaliação tem-se apoiado mais frequentemente na abordagem por atributos selecionados (LEITE, 1996).

Os modelos baseados em listas de atributos são instrumentos já bem conhecidos para a avaliação em pesquisas acadêmicas, no âmbito empresarial e tem envolvido empresas dos mais diversos setores, tais como telefonia, hotéis, bancos e supermercados. Dentre os métodos que adotam essa abordagem, o instrumento mais conhecido é a escala SERVQUAL (de “**Service Quality”) que seleciona junto a amostras de alguns atributos que descrevem e definem as características de um serviço. A partir da lista de atributos, os usuários amostrados declaram suas expectativas e percepções quanto ao serviço para cada atributo individualmente.**

Em meados da década de 1980, pesquisadores norte- americanos publicaram um trabalho pioneiro (PARASURAMAN; BERRY; ZEITHAML, 1985) em que propunham não somente uma definição precisa, mas também critérios para a avaliação da qualidade percebida dos serviços. Nesse trabalho a qualidade percebida é medida através da diferença entre expectativas e percepções sobre o serviço. Nesses termos, a avaliação da qualidade do serviço **Q_y** é mensurada através da diferença entre **E_y**, que é a expectativa do cliente, e **D_y**, o desempenho do serviço segundo seu julgamento. As diferenças efetivamente observadas são chamadas hiatos (*gaps*) da qualidade. No mesmo artigo, os autores postularam que o hiato da qualidade pode ser explicado por outros quatro hiatos, igualmente mensuráveis e gerencialmente úteis. Por extensão, desde então o Modelo SERVQUAL tem sido chamado “modelo dos cinco hiatos”.

A relação mostrada a seguir exemplifica a aritmética da avaliação:

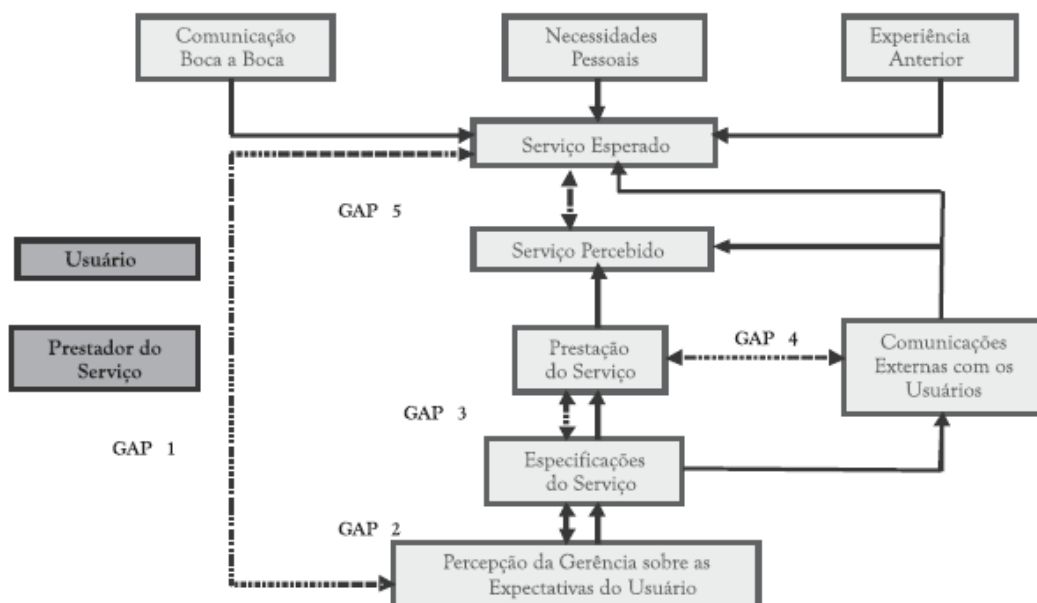
$$Q_y = D_y - E_y,$$

Sendo **D_y** a medida da percepção de desempenho para o atributo do serviço; **E_y** as medidas da expectativa com relação à prestação do serviço quanto ao atributo y, e **Q_y** a medida resultante para avaliação da qualidade do serviço em relação ao atributo y.

A figura 3 ilustra como a avaliação leva em consideração as diferenças (*gaps*) entre a expectativa do cliente e o que ele acha que foi realmente prestado (oferecido).

Figura 3- Modelo dos 5 Gaps da qualidade em serviço

Modelo dos 5 Gaps da qualidade em serviço



Fonte: PARASURAMAN; BERRY; ZEITHAML (1985)

Em 1988, Parasuraman, Zeithaml e Berry apresentaram uma versão “prática” e empiricamente aplicável do modelo - a chamada escala SERVQUAL - com o objetivo de avaliar de forma quantitativa a qualidade percebida pelos clientes em relação à prestação do serviço. Essa escala busca mensurar a qualidade percebida para cada atributo - previamente selecionado como “atributo determinante da qualidade” segundo a opinião de um conjunto relevante de clientes – e para cada cliente. Nesse sentido, a aplicação da escala combina uma fase

qualitativa – a seleção dos atributos segundo critérios individualmente manifestados pelo cliente – e outra quantitativa, a aplicação da escala propriamente dita.

O quadro 1 exemplifica as cinco dimensões da qualidade do serviço:

Quadro 1- As cinco dimensões da qualidade propostas por Parasuraman, Berry e Zeithaml

Dimensões	Definições
Tangibilidade (Tangibles)	Facilidades e aparência física das instalações, equipamentos, pessoal e material de comunicação.
Confiabilidade/credibilidade (Reliability)	Habilidade em realizar o serviço prometido de forma confiante e precisa.
Receptividade (Responsiveness)	Disposição em ajudar o usuário e fornecer um serviço com rapidez de resposta e presteza.
Garantia (Assurance)	Conhecimento e cortesia do funcionário e sua capacidade em inspirar confiança (Capacitação)
Empatia (Empathy)	Cuidado e oferecimento de atenção individual aos usuários.

Fonte: PARASURAMAN; BERRY; ZEITHAML (1988)

Na versão “mínima” da escala SERVQUAL de 1994, os autores propuseram, com base em pesquisas anteriores, que a avaliação da qualidade do serviço incorpore uma nova definição de “expectativa” – os chamados dois níveis de expectativa, nível (máximo) desejado e nível (mínimo) aceitável. Em consequência, a escala passou a ser aplicada utilizando três colunas – uma para as percepções e duas para as expectativas. Nesse artigo os pesquisadores afirmam e demonstram que a nova versão da escala SERVQUAL – quer dizer, usando o questionário de três colunas – apresenta características mais adequadas não somente para a mensuração da qualidade, mas também para a utilização gerencial da mensuração executada. Um desses benefícios é o conceito e cálculo da chamada Faixa de Tolerância, a faixa compreendida entre os dois níveis de expectativas (mínima e máxima), que, ao mesmo tempo, indica a posição relativa da percepção do serviço pelo cliente (CARVALHO; LEITE, 1997).

5 METODOLOGIA

Quanto à finalidade, a pesquisa aqui desenvolvida é de caráter descritivo, pois pretende descrever e comparar as aplicações selecionadas do SERVQUAL segundo uma “grade de análise” expressa em uma planilha de requisitos e apoiada na revisão da literatura. Mais precisamente foram utilizados o artigo em que são estabelecidas diretrizes para utilizar a escala (PARASURAMAN; BERRY ZEITHAML, 1991, p. 445) e a tese de doutorado de Leite (1996), que apresenta uma ilustração prática (tipo “*real life*”) completa da escala, expondo e aplicando os conceitos envolvidos e explorando os benefícios gerenciais ensejados.

A evidência empírica utilizada para apoiar a pesquisa foi coletada por meio de um levantamento de artigos brasileiros e sul-americanos, na área biblioteconômica, que citassem o termo SERVQUAL. O procedimento foi feito com buscas refinadas nas bases de dados Scielo e Portal Capes em abril de 2013. Após sucessivas eliminações – por exemplo, um dos artigos eliminados era uma resenha e não uma aplicação da escala – a amostra final contemplou oito artigos. Cabe reconhecer desde logo que se a busca tivesse considerado artigos espanhóis ou anglo-saxônicos, a amostra seria consideravelmente multiplicada. Mesmo assim, o método (a “grade”) de análise aqui proposto pode ser aplicado sem dificuldade a qualquer número de textos.

Exemplificando, o presente trabalho procura identificar, nos artigos selecionados, o setor em que o escala SERVQUAL foi aplicada, a versão da escala em comparação com a data de publicação dos artigos (essencialmente confrontando as duas versões mais conhecidas do instrumento SERVQUAL - 1988 e 1994), assim como as características selecionadas do processo e do instrumento utilizados para a coleta de dados.

A matriz de dados (“planilha”) final contém oito linhas (os artigos) e 30 colunas (a particular aplicação da escala naquele artigo). Nas colunas estarão registrados, portanto, alguns dados “demográficos” de caracterização do artigo (por exemplo, número e qualificação dos autores, tipologia da unidade de informação em que ocorreu a aplicação), e informações sobre a versão e a forma de aplicação da escala utilizadas no artigo em questão.

O tratamento e a análise dos dados são simples e apóiam-se nas tabelas de frequência ou nas modas (maiores frequências), que são então o fundamento dos resultados da descrição a ser exposta na seção seguinte. Outros recursos analíticos poderiam ter sido utilizados, mas pareceriam exagerados diante do tamanho da amostra aqui obtida. Em futuras comparações que apliquem a presente proposta, é possível vislumbrar desde já a investigação sobre associações entre variáveis – por exemplo, *o número ou a formação dos autores estão associados à versão utilizada da escala?* - e a realização de testes de hipóteses, que certamente enriquecerão a análise.

6 RESULTADOS

O presente trabalho apresenta uma pesquisa empírica sobre artigos científicos brasileiros e sul-americanos que utilizaram a escala SERVQUAL como instrumento de mensuração para a avaliação da qualidade de serviços em bibliotecas, adaptando-a a tipologia da unidade de informação em questão. Serão apresentados a seguir todos os resultados obtidos.

6.1 Dados demográficos

6.1.1 Periódico e Ano de publicação

A tabela 1 demonstra que o **periódico C** e o **periódico E** são os que concentram a maior frequência (MODA) de artigos sobre SERVQUAL publicados no âmbito da Biblioteconomia, com cerca de 29% cada. Vale ressaltar que os periódicos estão localizados no Brasil e Colômbia, respectivamente.

De acordo com a tabela 2, todos os artigos foram publicados após o ano de 2000. Os anos de 2004 e 2008 concentram a maior frequência (MODA) com cerca de 29% cada.

Tabela 1- Periódico e Ano de publicação

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Periódico A	1	14,3	14,3	14,3
Periódico B	1	14,3	14,3	28,6
Periódico C	2	28,6	28,6	57,1
Periódico D	1	14,3	14,3	71,4
Periódico E	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 2- Ano de publicação

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2004	2	28,6	28,6	28,6
2005	1	14,3	14,3	42,9
2008	2	28,6	28,6	71,4
2009	1	14,3	14,3	85,7
2011	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.1.2 Número de autores e Formação

De acordo com a tabela 3, a maior frequência (MODA) em relação à autoria dos artigos aponta 3 autores, cerca de 43%. A formação dos autores foi definida a partir da identificação de bibliotecários como co-autores na autoria dos trabalhos. Os artigos em que aparece exatamente 1 bibliotecário representam cerca de 43% do total. Conforma tabela 4, merece destaque o fato de que os artigos em que aparece ao menos um bibliotecário são maioria, representando cerca de 86% do total.

Tabela 3- Número de autores

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	14,3	14,3	14,3
2	2	28,6	28,6	42,9
3	3	42,9	42,9	85,7
11	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 4- Formação dos autores

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	14,3	14,3	14,3
1	3	42,9	42,9	57,1
2	1	14,3	14,3	71,4
3	1	14,3	14,3	85,7
10	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.1.3 Instituição

A tabela 5 demonstra que todos os autores dos artigos analisados eram afiliados a universidades públicas. A frequência maior (MODA) foi de aproximadamente 43% de autores afiliados à Universidade de São Paulo. Se for adicionado o percentual de 14% de afiliados a um instituto de pesquisa que é uma autarquia estadual gerenciada pela USP, esta universidade estadual conta com cerca de 57% do total.

Tabela 5- Instituição

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
UENF	1	14,3	14,3	14,3
UFF	1	14,3	14,3	28,6
Universidad de Antioquia	1	14,3	14,3	42,9
USP	3	42,9	42,9	85,7
USP – IPEN	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.1.4 Tipologia da biblioteca

A tabela 6 informa que, cerca de 86% das unidades de informação avaliadas nos artigos foram identificadas como bibliotecas universitárias. Pode-se observar que as bibliotecas acadêmicas e especializadas totalizam 100% da amostra e representam o objeto de estudo exclusivo nesta pesquisa.

Tabela 6- Tipologia da biblioteca

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Biblioteca especializada	1	14,3	14,3	14,3
Biblioteca universitária	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.2 Tipo e tamanho da amostra

A tabela 7 demonstra que quase 86% das respostas indicaram que as amostras utilizadas nos artigos selecionados são aleatórias, ou seja, foram obtidas através de um procedimento probabilístico para a seleção de dados. Em um dos casos a resposta indica “amostra acidental”, o que provavelmente deve referir-se ao mesmo caso de amostras aleatórias; pela leitura do artigo, essa suspeita se justifica, além do fato de que o termo “acidental”, hoje em desuso, já foi entendido naquele sentido.

Tabela 7- Tipo de amostra (acidental, aleatória,conveniência)

Amostra		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Acidental	1	14,3	14,3	14,3
	Aleatória	4	57,1	57,1	71,4
	Conveniência	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Quanto ao tamanho, quando as amostras são divididas em classes, as maiores frequências (MODA) se referem a amostras contendo de 201 a 400 ou contendo mais de 400 respondentes, com cerca de 43% cada.

Tabela 8- Tamanho da amostra- Até 200;

Amostra	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	83	1	14,3	14,3

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 9- Tamanho da amostra- 201 a 400;

Amostra	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
210	1	14,3	14,3	28,6
309	1	14,3	14,3	42,9
390	1	14,3	14,3	57,1

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 10- Tamanho da amostra- Acima de 400;

Amostra	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
402	1	14,3	14,3	71,4
496	1	14,3	14,3	85,7
2555	1	14,3	14,3	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.3 Versão do questionário, número de atributos e como obteve os atributos

De acordo com a tabela 11, todos os artigos utilizaram a versão da escala tal como aparece na versão de 1988 para construir os questionários. Esse resultado pode ser julgado surpreendente uma vez que, após as devidas validações e comparações, os próprios autores do modelo consideraram que a versão mínima de 1994 seria a mais adequada aos propósitos da mensuração confiável da qualidade percebida, além de que todos os artigos analisados foram publicados após 2000, sendo, portanto bem posteriores a 1994.

Em relação ao número e à forma de obtenção dos atributos, a frequência maior indica, de um lado, 27 atributos (cerca de 29%) e, de outro lado, que os atributos foram obtidos através de “adaptação ao serviço” (aproximadamente, 57%).

Tabela 11- Versão do questionário

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1988	7	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 12- Como obteve os atributos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Adaptação ao serviço	4	57,1	57,1	57,1
Pesquisa com usuários corrigida	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 13- Número de atributos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20	1	14,3	14,3	14,3
22	2	28,6	28,6	42,9
26	1	14,3	14,3	57,1
27	2	28,6	28,6	85,7
60	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.4 Gaps avaliados, natureza das perguntas e aplicação do questionário

Quantos dentre os 5 hiatos previstos no modelo foram avaliados nos artigos pesquisados? A tabela 14 demonstra que o *Gap 5* – que avalia a diferença entre as expectativas dos clientes e sua percepção ao desempenho do serviço prestado - obteve a maior frequência (MODA), com pouco mais de 71%. Vale lembrar que a concentração nesse *gap* é não somente compreensível, mas totalmente justificada, pois se refere ao hiato que envolve a própria definição de qualidade percebida.

Tabela 14- Gaps avaliados

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Gap 5	5	71,4	71,4	71,4
NENHUM	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Em relação à natureza das perguntas que aparece na escala, ou seja, ao tipo de escala utilizada, a escala Likert atingiu a maior frequência com cerca de 43%. Alguns artigos relataram a utilização de escalas de importância e satisfação como instrumento para elaboração das perguntas, o que não seria estritamente adequado em termos das diretrizes de uso da escala (PARASURAMAN; BERRY; ZEITHAML, 1991, p. 445). No entanto, o que

causa mais preocupação é a troca – proposta e executada em alguns dos artigos – entre os pares de constructos **expectativas e percepções** e **importância e satisfação**. De fato, além de não encontrar apoio na literatura teórica sobre o SERVQUAL, essa troca também não tem similar na literatura sobre aplicações da escala, pondo em risco a validação dos estudos em que ocorreu.

Tabela 15- Natureza das perguntas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Escala de 1 a 9	1	14,3	14,3	14,3
Escala de satisfação	1	14,3	14,3	28,6
Escala importância + Escala de satisfação	2	28,6	28,6	57,1
Escala Likert	3	42,9	42,9	71,4
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

A aplicação do questionário via *web* obteve a MODA aproximada de 43% nos artigos pesquisados. Cabe notar que a utilização de questionários pela internet, apesar de consistente com a evolução as formas de coleta empírica, traz à tona a questão da confiabilidade dos dados coletados, podendo submeter o pesquisador a possíveis omissões, repetições ou até fraudes nas respostas. Não foi encontrada nenhuma menção à utilização de *softwares* de proteção ao preenchimento *online*.

Tabela 16- Forma de aplicação do questionário

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Autoaplicado	3	42,9	42,9	42,9
Web	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.5 Perguntas, identificação e validação de dimensões e atributos

Segundo a tabelas 17, 18 e 19,20 e 21, 100% dos artigos analisados não continham perguntas diretas sobre a importância das dimensões da qualidade ou dos atributos, nem solicitaram uma avaliação final do serviço. Na literatura essa avaliação final serviu frequentemente para validar a escala. Cerca de 57% dos artigos não identificaram de forma empírica as dimensões da qualidade e 57% também não validaram as dimensões, quando mencionadas, o que pode gerar questionamentos sobre a utilização empírica dos dimensões da qualidade como instrumento gerencial pelos artigos analisados.

Tabela 17- Perguntas sobre as dimensões

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	5	71,4	71,4	71,4
SIM	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 18- Perguntas sobre os atributos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	7	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 19- Avaliação global do serviço

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	7	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 20- Identificação (empírica) das dimensões da qualidade

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	4	57,1	57,1	57,1
SIM	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 21- Validação das dimensões da qualidade

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	4	57,1	57,1	57,1
SIM	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.6 Tabulação, Gráficos e Importância das dimensões e atributos

Em relação à tabulação e gráficos da frequência das respostas obtidas a MODA foi de SIM para tabulação (cerca de 57%) e de NÃO para gráficos das respostas, embora sabidamente as tabelas e gráficos possam esclarecer dúvidas e facilitar a análise com relação às respostas coletadas. Não foi quantitativamente determinada a importância das dimensões (57% de NÃO), nem dos atributos (71% de NÃO).

Tabela 22 – Tabulação da frequência das respostas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	3	42,9	42,9	42,9
SIM	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 23 – Gráficos dessas frequências

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	4	57,1	57,1	57,1
SIM	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 24 – Determinou a importância das dimensões

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	4	57,1	57,1	57,1
SIM	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 25 – Determinou a importância dos tributos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	5	71,4	71,4	71,4
SIM	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

6.7 Avaliação global (nota final) e comentários gerenciais

Conforme as tabelas 26 e 27, os artigos não relacionaram nota global atribuída ao serviço e importância das dimensões, nem dos atributos (MODA de 100% nos dois casos). Como já foi visto, isso ocorreu, antes de qualquer coisa, porque nenhum dos artigos solicitou a atribuição de uma nota global aos serviços cuja qualidade avaliou.

Tabela 26– Relacionou nota global às dimensões

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	7	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 27 – Relacionou nota global aos atributos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	7	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Em relação à existência de comentários e sugestões de natureza gerencial, que verificassem a contribuição do artigo à gestão da biblioteca envolvida, a MODA foi de 71%, relativamente à ausência de comentários baseados nas frequências dos atributos), de 71% de ausência no caso de comentários apoiados na importância das dimensões), de 71,4% de ausência quanto à importância dos atributos, e de 100,0% de ausência quando se tratou da nota global.

Tabela 28 – Comentários gerenciais sobre os atributos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	5	71,4	71,4	71,4
SIM	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 29 – Comentários gerenciais sobre a importância das dimensões

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	5	71,4	71,4	71,4
SIM	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 30 – Comentários gerenciais sobre a importância dos atributos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	5	71,4	71,4	71,4
SIM	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

Tabela 31 – Comentários gerenciais sobre a nota global

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
NÃO	7	100,0	100,0	100,0

Fonte: Elaborado pelo autor (2013)

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o crescente volume de informações que circulam na chamada Sociedade de Informação, os profissionais precisam lidar e compartilhar esse material, independentemente do suporte em que circulam. Os serviços produzidos pelas unidades de informação necessitam de frequente avaliação para que tanto a compreensão da expectativa do cliente, quanto à qualidade do serviço prestado possam ser úteis ao sucesso da organização.

A avaliação da qualidade dos serviços em uma biblioteca ou centro local de informação garante essa compreensão e sustenta a biblioteca como uma organização eficaz. As unidades de informação devem conhecer seus clientes – sejam eles presenciais ou virtuais – e, mais do que isso, devem estar preparadas para atendê-los. Com isso, poderão obter vantagem competitiva e incentivos à melhoria de suas atividades e serviços.

Os serviços oferecidos nas bibliotecas devem ser analisados de uma forma mais peculiar do que os produtos, já que se baseiam na interação cliente / fornecedor/ cliente, e, por isso mesmo, serão avaliados por meio de impressões sobre um serviço intangível. A escala SERVQUAL, aqui estudada, foi proposta como um método consistente e válido para fornecer tais avaliações.

Durante a seleção dos artigos foi inevitável observar que, no Brasil e na América Latina, a escala SERVQUAL ocorreu em um número menor do que o esperado. Além disso, em todas as ocorrências a escala foi utilizada em sua versão de 1988, revista e reformulada pelos mesmos autores em 1994. No entanto, todos os artigos amostrados foram publicados após 2000. O que será que os fez ignorar a versão de 1994, mais atualizada e mais adequada segundo seus próprios autores? Essa questão pode ser considerada um tópico importante para futuras investigações.

Quanto às unidades de informação avaliadas, as bibliotecas universitárias são as organizações em que mais se aplica o SERVQUAL, na amostra selecionada. Uma possível justificativa para isso seria que, devido ao ambiente em que atuam e ao nível de competência de suas equipes, essas bibliotecas conseguem superar desafios gerenciais permanentes, especialmente em relação a coleções, acervo, comutação bibliográfica, entre outros serviços, e todas elas estão atentas e afinadas com as necessidades e expectativas dos seus usuários.

Um ponto inesperado detectado na pesquisa foi que nenhum dos artigos analisados mencionou LibQual+, uma metodologia de avaliação adaptada às unidades de informação e hoje totalmente consagrada, que as bibliotecas podem utilizar, com apoio institucional da *Association of Research Libraries*, para levantar, acompanhar e tomar decisões – incluindo algumas de escopo estratégico - de acordo com a opinião dos usuários sobre a qualidade dos serviços que oferecem.

Esta pesquisa trouxe uma oportunidade de aprendizado sobre como os serviços são complexos e intangíveis – quase como no palco, os serviços são uma *performance*. Assim, manter sua qualidade é certamente um desafio que requer atenção por parte dos profissionais.

Os resultados obtidos parecem sugerir que os bibliotecários poderiam dialogar mais frequente e amplamente com profissionais das áreas de Administração, especialmente na gestão da qualidade, de modo a concretizar uma troca de conhecimento sobre como avaliar os serviços em uma unidade de informação, independente do uso da escala SERVQUAL.

Por meio dessas ações afirmativas, será possível aprimorar a avaliação da qualidade dos serviços em bibliotecas e unidades de informação brasileiras e sul-americanas. Essas organizações evoluem em crescimento contínuo, e, diante da mudança tecnológica, a demanda por seus serviços e produtos também tende a mudar constantemente. Cabe aos profissionais da área entender e acompanhar, com seus melhores esforços, as necessidades e expectativas do seu público-alvo.

REFERÊNCIAS

- BRITO,G.F; VERGUEIRO,W.C.S. Avaliação da qualidade da biblioteca acadêmica: a metodologia LibQual+® e suas perspectivas de aplicação no Brasil. In **XIII ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB)**,13.,2012.
- BRITO, G. F.; VERGUEIRO, W. C. S . A aplicação do modelo SERVQUAL para percepção da qualidade da biblioteca acadêmica. In **SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS (SNBU)**, 2010.
- CARVALHO,F.A; LEITE, V.L.A ordem dos atributos afeta a avaliação da qualidade: uma investigação empírica a partir da versão mais recente do modelo SERVQUAL. **Revista de Administração Contemporânea**. Rio de Janeiro,v.1, n.1, p. 35-53, jan/abr.1997.
- GIANESI, I. G. N.; CORRÊA, H. L. **Administração estratégica de serviços: operações para a satisfação do cliente**. São Paulo: Atlas, 1994
- GRONROOS, C. **Marketing: gerenciamento e serviços**.Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- LANCASTER, F. W. **Avaliação de serviços de bibliotecas**. Brasília, DF: Briquet de Lemos, 2004.
- LEITE, Valdecy Faria. **A adoção do sistema de franquia nos correios do Brasil: um estudo sobre qualidade e produtividade no setor público**. 1996. 348 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Instituição de Pós-graduação e Pesquisa em Administração da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1996.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L. .A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**, New York: American Marketing Association, Fall 1985. v.49, n.3, p. 41-50, jul/set 2000.
- _____. Alternatives scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. **Journal of Retailing**, New York: New York University,1994b. v.70, n.3, p. 201-230.
- _____. Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for future research. **Journal of Marketing**, New York: American Marketing Association, Jan. 1994a. v. 58, n.1, p. 111-124.
- _____.Refinement and reassessment of SERVQUAL scale. **Journal of Retailing**. New York: New York University, Winter 1991. v.67, n.4, p. 420-450.
- _____. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, New York: NewYork University, Spring 1988.v.64, n.3, p. 12-40.1988.

VALLS, Valéria Martin; VERGUEIRO, Waldomiro de Castro Santos. A gestão da qualidade em serviços de informação no Brasil: uma nova revisão de literatura, de 1997 a 2006.

Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 8, n. 1, p. 118-137, jan/abr 2006.

VEIGA, Ricardo Teixeira; MATOS, Celso Augusto de. Avaliação da qualidade percebida de serviços: um estudo de caso em uma organização não governamental. **Caderno de Pesquisas em Administração**. São Paulo, v. 07, n. 3, p. 27-42, jul/set 2000.

ZEITHAML, Valarie A.; BITNER, Mary J. **Marketing de serviços**: a empresa com foco no cliente. Porto Alegre: Bookman, 2003.